

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dalam pembangunan nasional. Peran sektor pertanian dalam memacu perekonomian dapat dilihat lebih luas terutama dalam konteks mendistribusikan hasil-hasil pembangunan kepada masyarakat di wilayah pedesaan. Sektor pertanian dituntut untuk berperan dalam pembangunan ekonomi nasional melalui pembentukan produk domestik bruto, perolehan devisa, penyediaan pangan dan bahan baku industri, pengentasan kemiskinan, penyedia lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Selain kontribusi langsung, sektor pertanian juga memiliki kontribusi tidak langsung berupa dampak pengganda (*multiplier effect*), yaitu input-output antar industri, konsumsi dan investasi (Rorenken, 2005).

Hortikultura merupakan subsektor pertanian yang potensial dalam memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan ekonomi dan memegang peranan penting dalam sumber pendapatan petani, perdagangan, maupun penyerapan tenaga kerja. Produk hortikultura memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri. Komoditas tanaman hortikultura di Indonesia dapat dibagi menjadi empat kelompok besar, yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias (Sari *et al.*, 2014).

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan di Indonesia. Kentang mempunyai arti penting dalam perwujudan ketahanan pangan. Budidaya kentang layak untuk diprioritaskan karena selain memiliki nilai ekonomis tinggi, kentang juga dapat dijadikan bahan pangan alternatif dan sebagai bahan baku industri makanan (Gunarto, 2003). Sebagai bahan pangan, kandungan karbohidrat pada kentang mencapai sekitar 18 %; protein 2,4%; dan lemak 0,1%. Total energi yang diperoleh dari 100 gram kentang adalah 80 kkal. Dibandingkan beras, kandungan karbohidrat, protein, lemak dan energi kentang lebih rendah. Namun, jika dibandingkan dengan umbi-umbian lain seperti singkong, ubi jalar, dan talas komposisi gizi kentang masih relatif lebih baik (Astawan, 2009).

Data konsumsi kentang di Indonesia menunjukkan pada Tahun 2017 sebesar 2.220 kg/kapita/tahun, mengalami peningkatan pada Tahun 2018 sebesar 2.282 kg/kapita/tahun. Peningkatan konsumsi kentang ini menandakan bahwa produksi kentang perlu ditingkatkan baik kualitas maupun kuantitas agar ketersediaan terjaga (Badan Pusat Statistik, 2018). Wiyono (2015) berpendapat bahwa peningkatan produksi pertanian, dapat dilakukan dengan meningkatkan minat dalam membudidayakan komoditas tersebut dan juga peningkatan produktivitas.

Jawa Tengah menjadi salah satu wilayah penghasil kentang terbesar di Indonesia. Besarnya luas panen, produktivitas dan produksi kentang kabupaten/kota di Jawa Tengah dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Kentang Menurut Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 2019

No.	Kabupaten/ Kota	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)
1.	Kabupaten Purbalingga	82	17.220
2.	Kabupaten Banjarnegara	6075	1.134.977
3.	Kabupaten Wonosobo	3523	543.580
4.	Kabupaten Magelang	411	40.467
5.	Kabupaten Boyolali	26	3525
6.	Kabupaten Semarang	189	42.072
7.	Kabupaten Temanggung	452	87.155
8.	Kabupaten Tegal	413	96.540
9.	Kabupaten Brebes	2568	517.150
10.	Kabupaten Batang	1897	295.271
11.	Kabupaten Pekalongan	658	149.940
12.	Kabupaten Pemalang	143	8640

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Kabupaten Brebes merupakan daerah penghasil kentang terbesar ketiga di Jawa Tengah setelah Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Wonosobo. Berdasarkan Tabel 1, lahan garapan yang ditanami tanaman kentang di Kabupaten Brebes seluas 2.568 Ha. Luas tanam tersebut mampu menghasilkan kentang sebanyak 517.150 Kw.

Salah satu wilayah di Kabupaten Brebes yang menjadi sentra penghasil kentang yaitu di Kecamatan Paguyangan, tepatnya Desa Pandansari. Kesesuaian kondisi alam di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan dengan syarat tumbuh tanaman kentang dan nilai ekonomi kentang yang tinggi menjadi alasan utama sebagian besar petani di daerah tersebut memilih kentang sebagai komoditas utama usaha pertaniannya. Jenis kentang yang dibudidayakan di Desa Pandansari adalah kentang varietas Granola. Menurut data yang didapat dari Balai Penyuluh

Pertanian Kecamatan Paguyangan (2020), produktivitas kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan mencapai 20 ton/Hektar. Jumlah Produksi kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan mencapai 320 ton dengan luas panen sebesar 16 Hektar pada Tahun 2019.

Besarnya potensi perkebunan kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan perlu diperhatikan pola pemasaran yang baik guna meningkatkan kesejahteraan petani juga akan meningkatkan minat petani dalam membudidayakan kentang. Penurunan minat petani dalam membudidayakan kentang dapat menyebabkan penurunan produksi kentang. Menurut Sudyono (2004), salah satu indikator keberhasilan pemasaran suatu produk adalah sistem pemasaran yang terjadi berlangsung secara efisien. Sistem pemasaran yang efisien berarti mampu mengalirkan produk dengan biaya seminimal mungkin, tingkat harga dan keuntungan yang wajar dan adil serta penjualannya dapat dilakukan dengan tepat.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam mewujudkan pemasaran yang efisien adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang diterima petani yang erat kaitannya dengan pola pemasaran dan besarnya margin pemasaran. Peningkatan pemasaran kentang yang efisien dapat dicapai apabila pola pemasaran dan penyebab tingginya margin pemasaran diketahui. Selain itu besar kecilnya bagian yang diterima petani (*farmer's share*) akan menunjukkan apakah suatu sistem pemasaran berjalan efisien (Sudyono, 2004). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang efisiensi pemasaran komoditas kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

B. Rumusan Masalah

Kentang merupakan hasil pertanian yang layak diprioritaskan karena mempunyai arti penting dalam perwujudan ketahanan pangan. Peningkatan konsumsi kentang menandakan bahwa produksi kentang perlu dijaga ketersediaannya. Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi yang besar dalam hal produksi kentang. Desa Pandansari memiliki kondisi alam yang sesuai dengan syarat tumbuh tanaman kentang. Nilai ekonomi kentang yang tinggi membuat sebagian besar petani di Desa Pandansari memilih kentang sebagai komoditas utama usaha pertaniannya.

Besarnya potensi perkebunan kentang di Desa Pandansari perlu diperhatikan juga pola pemasaran yang baik guna meningkatkan kesejahteraan petani dan juga akan meningkatkan minat petani dalam membudidayakan kentang. Penurunan minat petani dalam membudidayakan kentang dapat menyebabkan penurunan produksi kentang. Menurut (Sari *et al.* 2017) permintaan kentang yang tidak dibarengi dengan produktivitas yang baik akan menjadi kendala dalam agribisnis kentang.

Pemasaran memegang peranan penting dalam sistem agribisnis. Pola pemasaran yang tepat dapat memberikan keuntungan yang adil kepada petani kentang maupun lembaga pemasaran, sehingga minat dalam usaha budidaya kentang dapat meningkat. Besarnya biaya pemasaran, keuntungan yang diambil, serta panjang pendeknya saluran pemasaran dalam pemasaran komoditas pertanian akan mempengaruhi besarnya selisih harga ditingkat petani dengan

konsumen akhir yang dikenal dengan istilah margin pemasaran. Suatu saluran pemasaran dianggap baik dan efisien apabila saluran pemasaran tersebut mempunyai nilai presentase margin pemasaran yang relatif rendah (Sudiyono, 2004).

Pemasaran yang efisien dapat memberikan keuntungan yang adil kepada petani kentang maupun lembaga pemasaran. Menurut Rostwentiwaivi (2014), pemasaran yang tidak efektif akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran maupun petani akan semakin kecil karena banyak biaya yang harus dikeluarkan dalam memasarkan kentang hingga sampai ke tangan konsumen. Semakin panjang alur pemasaran semakin banyak lembaga pemasaran yang menikmati margin keuntungan. Selain itu besar kecilnya bagian yang diterima petani (*farmer's share*) akan menunjukkan apakah suatu sistem pemasaran berjalan efisien.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola saluran pemasaran kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes?
2. Bagaimana analisis biaya dan keuntungan lembaga pemasaran kentang di setiap saluran pemasaran di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes?
3. Bagaimana tingkat efisiensi masing-masing saluran pemasaran kentang dilihat dari persentase margin pemasaran dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pola saluran pemasaran kentang yang ada di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.
2. Menganalisis biaya dan keuntungan lembaga pemasaran kentang di setiap saluran pemasaran kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.
3. Menganalisis tingkat efisiensi masing-masing saluran pemasaran kentang dilihat dari persentase margin pemasaran dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai efisiensi pemasaran komoditas pertanian kentang, serta diharapkan juga sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi petani kentang

Hasil penelitian dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan yang berkaitan dengan pemasaran kentang di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

b. Bagi lembaga pemasaran kentang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan berkaitan dengan proses pemasaran kentang pada waktu yang akan datang. Lembaga pemasaran dapat memberikan harga yang tepat sehingga dapat memberikan keuntungan yang sesuai bagi lembaga pemasaran maupun petani.

c. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan yang berkaitan dengan pemasaran kentang.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan pengetahuan serta sumber wacana bagi pembaca yang berminat pada pembahasan mengenai efisiensi pemasaran dan sebagai referensi dalam penelitian pemasaran dimasa yang akan datang.